

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan menjawab rumusan masalah yang telah dibuat pada bab sebelumnya dan pada kesimpulan akan disimpulkan seluruh penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan adalah saran untuk penelitian serupa yang akan dilakukan selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Setelah penelitian dilakukan, dapat disimpulkan kesimpulan yang juga menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini.

1. Faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada Rumah Makan Sehat secara langsung adalah kepuasan pelanggan itu sendiri terhadap faktor-faktor yang ada seperti makanan, harga dan nilai, kenyamanan serta suasana. Faktor-faktor yang telah disebutkanpun terdiri dari beberapa indikator penyusun.
2. Usulan yang diberikan berdasar oleh faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada Rumah Makan sehat untuk setiap variabel adalah 8 usulan. Pada variabel kenyamanan yaitu dengan memberi layanan *valet parking* supaya konsumen dengan kendaraan bermobil juga bisa mengunjungi Rumah Makan Sehat. Variabel selanjutnya adalah makanan yaitu dengan *owner* membuat SOP bagaimana tampilan makanan akan disajikan selain itu koki baru dari Rumah Makan Sehat juga harus melakukan pelatihan agar tampilan makanan yang disajikan lebih menarik dan konsisten, dan untuk pilihan makanan sehat dengan mengganti bumbu penyedap yang dipakai menjadi bumbu penyedap non msg dan dengan berinovasi makanan sehat seperti pembuatan mie dari bahan dasar sayur. Selanjutnya untuk tidak adanya informasi mengenai kandungan apa saja yang disajikan yaitu dengan menambahkan informasi tulisan terkait apa

saja bahan yang terkandung di dalam makanan dan untuk yang terakhir yaitu bahan baku yang tidak segar yaitu dengan dilakukan pencatatan kapan bahan baku masuk dan sampai kapan bahan baku tersebut layak dikonsumsi. Selanjutnya adalah variabel suasana adalah pengecatan tembok/pembersihan tembok secara berkala, penggantian kursi, penambahan lampu, penambahan AC dan kipas angin, penggantian musik dan pemberian seragam pada pelayan rumah makan.

V.2 Saran

Saran yang diberikan adalah saran untuk pihak Rumah Makan Sehati dan penelitian selanjutnya yang serupa. Saran akan dijabarkan pada subbab ini.

Rumah Makan Sehati

1. Melakukan upaya pemasaran seperti mendaftarkan rumah makan pada Google dan terdapat *review* dari pengalaman konsumen.
2. Melakukan evaluasi terhadap usulan yang diberikan supaya dengan harapan dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Sehati.

Penelitian Selanjutnya

1. Menambah penentuan variabel dan indikator yang dapat berpengaruh pada niat beli ulang di rumah makan dari referensi jurnal ataupun buku karena hasil dari keakurasian prediksi dari penelitian ini masih bisa ditingkatkan sehingga masih terdapat variabel dan indikator dari jurnal lain yang bisa dipakai seperti *word of mouth*, citra restoran dan ulasan daring.
2. Melakukan pertimbangan lain dalam pengajuan usulan seperti memperhitungkan faktor biaya.
3. Melakukan analisis lebih lanjut mengenai dampak penjualan yang diberikan setelah penerapan usulan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, W. (n.d.). *nutrition knowledge and food consumption :can nutrition knowledge change food behavioural?*
- Ahmadi, H. (2013). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Hero Gas Jaya Ponorogo). *Jurnal STIE Dharma Iswara Madiun EKomaks*.
- Aikman SN, M. K. (2006). Food attitudes, eating behaviour and the information underlying food attitudes. *Appetite*.
- Albari. (2012). Peran Dimensi Komitmen sebagai Faktor Pengaruh dalam Membangun Loyalitas. *Jurnal Aplikasi Manajemen* .
- Andaleeb, S. a. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*.
- Anderson, E. a. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*.
- Andriani. (2020, Juli 28). *Kuliner, Bisnis Kreatif yang Tengah Naik Daun Saat Pandemi* . Retrieved from [traveling.bisnis.com: https://traveling.bisnis.com/read/20200728/223/1272014/kuliner-bisnis-kreatif-yang-tengah-naik-daun-saat-pandemi-corona](https://traveling.bisnis.com/read/20200728/223/1272014/kuliner-bisnis-kreatif-yang-tengah-naik-daun-saat-pandemi-corona)
- Astley S, F. P. (2016). Nutrition and Health. Reference Module in Food Science. *Rio de Janeiro : Elsevier*.
- Awi, Y. L. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer's Repurchase Intention toward XYZ Restaurant in Myanmar.
- Bedworth, D. D., & Bailey, J. E. (1987). *Integrated Production Control Systems: Management, Analysis, and Design*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Berman, B. J. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Brown, L. (1990). Convenience in Services Marketing. *Journal of Services Marketing*.
- Budiaji, W. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT . *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*.

- Chairy, & Y. (2011). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara. *Jurnal Manajemen*.
- Cronin, J. a. (1992). "Measuring service quality: a reexamination and extension". *Journal of Marketing*.
- Eliza., L. P.-C. (2018). Exploring Factors on Customer's Restaurant Choice : An Analysis of Restaurant Attributes. *Emerald Insight*.
- Fauzia, R. d. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Langensari. Malang. *Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*.
- Febrian, S. A. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang Diponegoro Journal of Management.
- Firmansyah, D. F. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Deepublish.
- George, R. (2001). Dining Chinese: a consumer subgroup comparison. *Journal of Resturant & Foodservice Marketing*.
- Getty, J. a. (1994). "The relationship between quality, satisfaction, and recommending behaviour in lodging decision". *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*.
- Gibson, R. (2005). *Principle of Nutrinitional and Assesment*. Newyork: Oxford University.
- Halim, C. D. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Petra 2* .
- Halim, C. D. (2014). Pengaruh Brand Indentity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Petra*.
- Handoko, H. P. (2017). ANALYSIS OF MARKETING MIX 7P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PHYSICAL EVIDENCE, PEOPLE, PROCESS) ON PURCHASE DECISION ON BANNER ON CV, APPLE PRINT.
- Hellier, P. G. (2003). Customer Satisfaction and Repurchase Intention Vol. 37. *European Journal of Marketing* .
- Hellier, P. K. (2003). Customer repurchase indtention : A general stuctural equation model.

- Kivela, J. I. (1999). "Consumer research in the restaurant environment .
International Journal of Contemporary Hospitality Management.
- Klassen, J. T. (2005). "Planning food services for a campus setting". *International Journal of Hospitality Management*.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Perhalindo.
- Lawton, J. D. (1998). Customer Satisfaction in Australian Timeshare Industry.
Journal of Travel Research.
- Liu, Y. a. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the US: what affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*.
- Mangkunegara, P. A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika .
- Mardikawati W., d. F. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*,.
- Marinkovic, V. V. (2014). *The antecedents of satisfaction revisit intentions for full-service restaurants*. Marketing Intelligence & Planning.
- Marketing, J. o. (2007). Does Food Quality Matter in Restaurants? Its Impacts on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* . Yogyakarta : Andi.
- Morganosky, M. (1986). Cost versus Convenience-oriented Consumers: Demographic, Lifestyle, and Value Perspectives. *Psychology and Marketing*.
- Namkung, Y. a. (2007). "Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions". *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Oliver, R. R. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of Retailing*.
- Pupuni, N. W. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Denpasar). *E-Jurnal Management*.
- Qu. (1997). "Determinant factors and choice intention for Chinese restaurant dining: a multivariate approach". *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*.

- Resticha Devrina, H. R. (n.d.). nalisis Pengaruh Variasi Produk dan. *Journal of Applied Business Administration*.
- Ribeiro-Soriano, D. (2002). "Customers' expectations factors in restaurants: the situation in Spain",. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Ryu, K. a. (2008). "DINESCAPE: a scale for customers' perception of dining environments". *Journal of Foodservice Business Research*.
- Saleh Laila, A. F. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*.
- Sekaran, U. &. (2016). *Research Methods for Business A Skill Building Approach Seventh Edition*.
- Sekaran, U. B. (2016). *Research Methods for Business A Skill Building Approach Seventh Edition*.
- Siregar. (2020, Agustus 11). *Bisnis Makanan-Minuman Diprediksi Tumbuh 30%*. Retrieved from wartaekonomi.com: <https://www.wartaekonomi.co.id/read299003/bisnis-makanan-minuman-diprediksi-tumbuh-30>
- Sjaharuddin, A. B. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*.
- Soderlund, M. a. (2005). Assessing behavior before it becomes behavior: an examination of the role of intentions as a link between satisfaction and repatronizing behavior. *International Journal of Service Industry Management*.
- Stevens, P. K. (1995). "Dineserv: a tool for measuring service quality in restaurants". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulek, J. a. (2004). "The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Suwarni, d. M. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Yantini, C. &. (2011). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara. *Jurnal Manajemen*.
- Yuksel, A. a.-b. (2002). "Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: a. *Journal of Vacation Marketing*.
- Zeithaml, V. B. (1996). "The behavioral consequences of service quality". *Journal of Marketing*.

